UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Tingkat Kepuasan Pengunjung Agrowisata Nglanggeran di Kabupaten Gunungkidul
Muhammad Fitra Adi Nugraha, Prof. Dr. Ir. Masyhuri ; Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M. Ec.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) proses pengambilan keputusan pengunjung terhadap Agrowisata Nglanggeran, (2) tingkat kepuasan pengunjung dengan Agrowisata Nglanggeran, dan (3) atribut kepuasan pengunjung yang perlu dipertimbangkan secara strategis untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Agrowisata Nglanggeran. Responden yang digunakan adalah pengunjung Agrowisata Nglanggeran pada bulan Maret-Mei 2019. Jenis responden ditentukan dengan menggunakan metode convenience sampling dan jumlah responden menggunakan rumus Slovin dengan hasil rumus berjumlah 100 responden. Proses pengambilan keputusan diidentifikasi dengan menggunakan wawancara dan analisis deskriptif. Tingkat kepuasan pengunjung dihitung oleh Indeks Kepuasan Pelanggan. Metode untuk mengetahui atribut yang perlu ditingkatkan menggunakan Imporance-Performance Analysis. Hasil penelitian menunjukkan proses pengambilan keputusan berikut, dalam proses mengidentifikasi kebutuhan, pengunjung memilih jenis wisata alam. Pengunjung datang karena alasan program sekolah dan mencari pengalaman. Dalam proses mencari informasi, sekolah menjadi sumber utama dan harga paket wisata menjadi promosi paling berpengaruh. Dalam mengevaluasi alternatif, pengunjung telah mengunjungi agrowisata sebelumnya dan memiliki pilihan agrowisata alternatif lainnya. Dalam keputusan pembelian, pengunjung hanya mengunjungi satu kali dalam waktu yang direncanakan dengan kelompok dari program sekolah. Pengunjung merasa bahwa jarak dan lokasi terjangkau menggunakan bus dan mereka menghabiskan biaya tambahan <Rp 50.000. Dalam evaluasi pasca pembelian, pengunjung merasa puas dengan kondisi fasilitas dan kinerja manajer sehingga mereka ingin merekomendasikan untuk orang lain. Hasil dari metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) menunjukkan tingkat kepuasan pengunjung sebesar 78,78%. Hasil *Importance-Performance Anaylisis* menunjukkan atribut yang perlu dipertimbangkan perbaikan pelayanannya adalah kelengkapan peralatan wisata, kemudahan akses lokasi wisata, dan pelayanan kebutuhan pengunjung.

Kata kunci: pengunjung, pengambilan keputusan, atribut, kepuasan pengunjung

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Tingkat Kepuasan Pengunjung Agrowisata Nglanggeran di Kabupaten Gunungkidul
Muhammad Fitra Adi Nugraha, Prof. Dr. Ir. Masyhuri ; Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M. Ec.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This research aims to determine (1) process of visitor's decision making towards Nglanggeran Agrotourism, (2) the level of visitor satisfaction with Nglanggeran Agrotourism, and (3) attributes of visitor satisfaction that need to be considered in strategies to increase visitor satisfaction Nglanggeran Agrotourism. Respondents used were visitors to Nglanggeran Agrotourism in March-May 2019. The type of respondents was determined using the convenience sampling method and the number of respondents using the Slovin formula with the result of formula amounted to 100 respondents. Decision making process is identified by using interview and descriptive analysis. Level of visitor satisfaction is calculated by Customer Satisfaction Index. Importance-Performance Analysis is used to find out attributes that need to be improved. The results of study show the following decision making process, in the process of identifying needs, visitors choose the type of natural tourism. Visitors come by reason of the school program and sought experience. In process of finding information, schools became the main source and price of tour packages to be the most influential promotions. In evaluating alternatives, visitors have already visited agrotourism before and have other alternative agrotourism options. In purchasing decision, visitors only visited once in planned time with the group from school program. Visitors feel that the distance and the location are affordable by using bus and they spent additional costs of < Rp 50.000. In post-purchase evaluation, visitors felt satisfied with the facilities condition and manager's occupation so they want to recommend it for other people. The results of CSI (Customer Satisfaction Index) calculation showed that the visitor satisfaction rate of 78,78%. Results of Importance-Performance Analysis showed that the attributes which need to be improved in performance were (1) completeness of tourist equipment, (2) ease of access to tourist sites, and (3) service to visitor needs.

Keywords: visitors, decisions making, attributes, visitors satisfaction